

“天，你连青菜都在网上买啊？”李筱晔正从门卫处往家里搬快递，邻居见到快递箱上印着“增城迟菜心”图文，忍不住发问。

李筱晔是80后，一家三口定居广州，丈夫和她都是上班族，有个4岁上幼儿园的孩子。她的手机里有一个分类文件夹叫做“生活”，里面的生鲜电商、跨境电商、旅游出行App，几乎包揽了他们家生活的全部。2015年，李筱晔一家的衣食住行几乎都在这上面搞定。她也会带孩子去超市逛逛，然后发现其实也没什么要买的，她的购物清单里一款“福荫”牌豆腐，以前只在超市有售，自从她经常购物的生鲜电商新增了这一产品后，她去超市的次数也少了。

2015年12月21日，波士顿咨询公司（BCG）与阿里研究院合作发布的研究报告《中国消费趋势报告——三大新兴力量引领消费新经济》指出，平均年收入超过2.4万美元（15.6万元人民币）的消费者；“80、90、00后”等新生代消费者；以及网络购物，将推动中国消费经济的转型。

李筱晔身上，同时集合了报告中所说的三大新兴力量的特征。



消费革命 “中国妈妈” 坐买全球

消费升级

李筱晔的网购生活，主要因为孕产期出门不便，现在她是本来生活和顺丰优选两家生鲜电商的金卡会员、淘宝账户的会员级别是四钻买家，用她自己的话说现在已经“网购成瘾”了。

五年前，李筱晔对“吃”并没有多大的追求，也不爱做饭。自从有了孩子，她开始讲究了，她的讲究主要是针对食材，比起菜场和超市，从电商买菜让她更方便和安心，除了有检测标识，还可以溯源。几年前，她的一位同事在菜场买了一块猪肝，吃完后瘦肉精中毒送医院急诊，让她至今心有余悸。

蔬菜来自供港蔬菜基地，或者标注为有机食品，牛羊肉产地是新西兰、

澳大利亚，鱼虾蟹是深海捕捞、野生的。尽管要忍受冻品口感不如鲜活，但李筱晔认为还是值得的，“相比吃抗生素养大的鱼虾、激素养出来的鸡鸭，至少安全一点。”

李筱晔的朋友，一位全职妈妈买了个烤箱开起了家庭烘焙坊，奶油、黄油、面粉、水果等原材料全部采用进口，零添加色素、防腐剂等，仅凭口碑传播，在微信上承揽来自小区邻居们的蛋糕订单，生意做得有声有色。

2015年底，为了方便照顾老人，这位全职妈妈将生意搬到了老家湖南。她发现，不仅仅是北上广这样的一线城市，三四线城市对品质食品的需求也很旺盛，售价30-50元一小块的手

工蛋糕，和一线城市咖啡馆里的售价差不多，在人均月收入3000元左右的城市，人们很乐意花这个钱。

2015年，天猫“双11”全球购物狂欢节，阿里巴巴集团全天的总成交额达到912亿元，比2014年571亿元多出341亿元，打破了“24小时单一公司网上零售额最高”吉尼斯世界纪录，其中牛奶、坚果、苹果等八种商品的销量也刷新了吉尼斯世界纪录。这里面，就有李筱晔的贡献，她买了多份进口牛奶和坚果，寄给亲戚朋友。

中国（海南）改革发展研究院经济研究所所长匡贤明主笔的《我国消费结构升级：生存型消费转向服务型消费》一文指出，2011年以来，中国增长模式出

现了历史拐点，消费贡献率开始超过投资贡献率，消费取代投资成为拉动经济增长的第一引擎。

2015年，“消费升级”也出现在国务院常务会议上。2015年11月11日，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，部署以消费升级促进产业升级，培育形成新供给新动力扩大内需。11天后，国务院发布两个文件，《关于加快发展生活性服务业 促进消费结构升级的指导意见》、《关于积极发挥新消费引领作用 加快培育形成新供给新动力的指导意见》。

文件称，我国已进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。

坐买全球

李筱晔的妹妹在安徽蚌埠，2015年刚生下孩子。在姐姐的推介下，孩子全部用品都是买的外国品牌，尽管李的妹妹至今未出过国。

2015年11月，PayPal和国际市场研究机构Ipsos联合发布的《第二届全球跨境贸易调查报告》中称，2015年，有35%的中国网购消费者有过海淘经历。十年前，李筱晔就开始了海淘，而当时她在国内的网购经历还仅限于购书。她的一位同学邀她一起在美国一家户外用品折扣网站拼单，以分摊运费，她给自己买了一双登山鞋，价格只有国内同类产品的一半，这双鞋一直穿到了现在。

虽然觉得海淘性价比很高，但那时候想要买的东西不多，她也嫌交税

麻烦、转运时间太长。

2011年，在为孩子准备新生儿用品的时候，李筱晔又重新开始了海淘，最开始是给孩子囤奶粉、尿布、食品、洗护用品、玩具等等。慢慢地，购物范围已拓展到了全家人的衣服鞋袜、化妆品、保健品等等。

此前她一直选择用转运的方式将淘回来的物品寄到中国。针对海淘群体，一些华人在海外开办了专门的转运物流公司，用户注册后，即可获得其在海外的仓储地址，作为在海外购物的寄送地址，货物寄到后他们提供仓储、打包、合箱、加固等服务，然后按照重量寄到国内地址。

最多的时候，李筱晔一年在转运账户里充值两千多元人民币。转运难

免会遇到货物丢失、清关不及时、补交关税等问题，通常货物需要一个月甚至更长时间才能到手。

2015年，随着越来越多海外商户提供直邮中国服务、中国跨境电商平台增多，她已经一年时间没用过海淘转运了。海外直邮和跨境电商，主要通过海外仓库/中国保税区仓库发货的方式，直接将商品寄到用户手中，比海淘快了很多，而且清关时是以个人消费者名义进口，税费远低于商家批量进口。

2015年12月10日，亚马逊发布《2015跨境电商趋势报告》称，中国消费者蓄积了20年的跨境购物能量开始爆发，在2015年实现了井喷式的增长。2015年，中国消费者在亚马逊全

球站点购物花费总额同比2014年增加了六倍多；仅2015年1至10月，中国消费者在亚马逊海外站点的购物花费总额已经相当于过去20年的总和。

其他电商数据也佐证了这一点。2015年“双十一”期间，天猫国际海淘用户数量翻了7倍，支付宝海淘单日成交额16.9亿元人民币，同比增长247%，成交笔数1010万笔，同比增长400%。京东宣布黑色星期五（11月27日）当天，京东全球购订单数量比上年增长超过180%。

中国电子商务研究中心监测数据显示，2015年上半年，中国跨境电商交易规模为2万亿元人民币，同比增长42.8%，2015年全年我国跨境电商交易规模将达5.5万亿元人民币。

中国动力嫁接全球资源

复星集团副董事长兼CEO梁信军在“2016正和岛新年论坛”发表演讲称，主要发达国家还是由家庭消费来驱动的，所以家庭的杠杆率非常高，平均在75%左右，而发展中国家平均约为35%，中国是38%。由于中国家庭负债率很低，所以跟家庭有关的生意，“现在很好做，未来会更好做”。

复星一直推崇的模式是中国动力嫁接全球资源。跨境电商应该说是最直观明了的资源嫁接——中国消费者购买力嫁接海外高品质产品。

2014年，中国体量最大的两家电商京东、阿里巴巴先后在美国上市之后，2015年又陆续蹦出了丰趣海淘、考拉海购、波罗蜜等跨境电商新平台。

匡贤明对记者表示，这类跨境电商的出现反映了两个问题：居民消费升级在变化，新的消费结构已经形成，这已经成为趋势；更需要关注的是另一方面，国内消费供给端存在严重短缺，“你想要的没有，或者不安全、价格高，这是消费者的痛点。”

中国政府试图向世界市场释放这一消费力。除了2013年9月在上海市设立的“中国（上海）自由贸易试验区”之外，浙江省的杭州和宁波、广东省广州等地的保税区也正试验性启动面向电商市场的保税仓库。

在匡贤明看来，随着中国更多地融入国际社会，人们想要更高层次的消费，比如出境旅游，这一类消费外流是正常的；但还有一类是不正常的，人们在国内没有得到满足才去到国外。比如教育，中国留学生学龄偏低情况

很明显，很多人更愿意去国外留学，接受高中甚至初中教育；比如制造业，国内产能过剩的同时，人们却跑去国外买马桶，说明中国制造业还有很大升级空间。

匡贤明从2008年开始关注中国消费，他认为消费升级是中国社会的一场革命，它会倒逼中国社会的一系列变化，包括生活方式、生产方式、商业模式，甚至社会结构，“它不是虚的，而是实实在在发生的现象。”

（据南方周末）